

УДК 811.111:81'42

О. М. Мосейчук,

кандидат філологічних наук, доцент

moseichuk@ukr.net

ORCID: 0000-0002-8895-6546

Н. В. Матушевська,

викладач

(Житомирський державний університет імені Івана Франка)

bluebell1777@mail.ru

ORCID: 0000-0001-5397-5184

КОГНІТИВНА МОДЕЛЬ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ СПОКУСА

Стаття присвячена побудові загальної структури комунікативної ситуації СПОКУСА. Визначено основні вузли фреймової моделі комунікативної ситуації СПОКУСА. За умови, якщо ступінь стану, представленого слотом БАЖАННЯ, вище ступеня стану, вираженого слотом БАР'ЄР, агент досягає бажаного результату. У випадку, якщо ступінь стану, репрезентованого слотом БАЖАННЯ, нижче ступеня стану, вираженого слотом БАР'ЄР, агент не досягає бажаного результату.

Ключові слова: комунікативна ситуація, фрейм, спокуса, ментальна модель комунікативної ситуації.

Актуальність дослідження визначається використанням сучасної когнітивно-прагматичної парадигми, яка характеризується принципами експланаторності, експанціоналізму, менталізму та антропоцентризму, що дозволяє дослідити діалектичну взаємодію комунікативної діяльності та мислення у функціональній площині. **Мета статті** полягає у побудові загальної структури комунікативної ситуації СПОКУСА у вигляді фреймової моделі на матеріалі фрагментів англomовного кінодискурсу. **Об'єктом** розвідки є комунікативна ситуація спокуси, а **предметом** її є когнітивно-прагматичні параметри. Визначивши спокусу як вид регулятивного впливу, спрямованого на отримання певного результату шляхом подразнення потреб адресата за допомогою атрактора, вважаємо за доцільне змодельовати структуру цього явища абстраговано від епізодів його реалізації у дискурсі. Атрактор є одним з найбільш визначальних компонентів комунікативної ситуації СПОКУСА і тлумачиться як її інструмент (дещо – річ, явище, статус, ідея тощо), що запускає в дію механізм спокуси, оскільки виступає подразником незадоволених потреб. За відсутності атрактора або ж за умов нейтрального (байдужого) ставлення реципієнта до нього реалізація спокуси є неможливою.

У лінгвістику поняття фрейм було введено Ч. Філмором, який визначав фрейми як когнітивні структури, які забезпечують розуміння концептів, виражених словами [1: 75]. М. Мінський визначав фрейм як структуру знання для подання стереотипної ситуації, що організує розуміння світу людиною в цілому [2: 7]. Фрейм тлумачиться як одиниця конвенційного знання, згідно з яким організуються взаємні очікування та інтеракція [3: 21]. Фрейм поєднує когнітивну та мовну сфери у процесі вербалізації інтенцій [4: 20]. Якщо розглядати концепт як одиницю мислення, як певне знання, тоді фрейм відображає форму організації цього знання, спосіб його розумового структурування, що репрезентує інформацію про типові ситуації [5: 117].

Фрейм формально зображується у вигляді дворівневої структури вузлів і зв'язків між ними: вершинні вузли містять інформацію завжди справедливую для певної ситуації, термінальні вузли, або слоти, заповнюються відомостями із конкретної практичної ситуації [6: 45–56]. Кількість слотів відповідає кількості елементів, що виділяються у певному фрагменті досвіду, слот має назву, що визначає параметр, і заповнюється інформацією про значення, яке параметр приймає у відповідного типу об'єктів або конкретного екземпляру [6: 65].

Досліджуючи структуру фрейму, багато науковців підтримують позицію М. Мінського. Фрейм складається з вершини (теми), тобто макропозиції, і слотів, терміналів, які заповнюються пропозиціями [7: 151]. Проте мовознавці не заперечують варіативність вираження фрейму. Фрейм конструюється у вигляді спіралі: згадуючи що-небудь, людина відтворює у первинному образі весь свій життєвий досвід. Фрейм подається як гештальт у його динаміці, будові і зв'язку з іншими гештальтами [8: 152–153].

Фрейм розглядається як ієрархічно організована структура, яка має стале загальне змістове наповнення, у межах якої деякі аспекти можуть висуватися на перший план, а інші займати другорядну позицію [9: 28]. Фрейми мають конвенційну природу, бо вони здатні описувати те, що є найбільш типовим і характерним у конкретному соціумі й дискурсі [10: 152]. Конвенційність фреймової структури СПОКУСА визначає прототипові моделі її побудови, але передбачає й заповнення її варіативною (суб'єктивною) інформацією.

Базові фрейми (предметний, таксономічний, посесивний, акціональний і компаративний) вміщують найбільш узагальнені поняття, що лежать в основі початкової категоризації і організації вербалізованої

інформації. Це інформація онтологічного походження про предмети світу, в якому існує людина, про їх властивості [11: 55].

У предметному фреймі одна і та ж сутність (ЩОСЬ або ХТОСЬ) характеризується за своїми кількісними, якісними, побутовими, локативними і темпоральними параметрами; посесивний фрейм демонструє зв'язок ЩОСЬ-володар (*possessor*) має ЩОСЬ-чим володіє (*possession*); таксономічний фрейм позначає відносини категоризації; компаративний фрейм, що виникає на основі таксономічного, формується на тотожності і подібності [11: 55].

В акціональному фреймі учасники події наділяються аргументними ролями. Актанти об'єднуються зв'язками, що зумовлені дією агенса і позначені дієсловом *діє* або *робить* разом з прийменниками: діє за допомогою (інструменту або помічника); діє на (пацієнс / об'єкт); діє до / в напрямку (реципієнта); діє з метою (цілі або причини); діє для (результату) [11: 56]. Ментальна модель комунікативної ситуації СПОКУСА є формацією, яка має структуру акціонального фрейму.

Внаслідок інтеграції базових фреймів виникає міжфреймова мережа. Концепти, представлені її вузлами (слотами) і відносинами між ними, можуть бути деталізовані у значеннях різних мовних одиниць. Така мережа є універсальним інструментом людського мислення, вона проявляється на різних рівнях мовної системи, зумовлюючи найбільш загальний, початковий принцип організації інформації і задаючи можливі напрямки осмислення предметного світу. Об'єднання декількох комплексних структур прослідковується в межах акціонального фрейму, основними слотами якого є агенс і пацієнс / об'єкт. Слотами, що відносяться до понятійної зони агенса, є мета / причина, інструмент і помічник, а слотами, що входять до понятійної зони пацієнса / об'єкта – результат, реципієнт [11: 56].

Модель комунікативної ситуації СПОКУСА є методологічним конструктом і, відповідно, не є конкретною актуалізацією цього феномену. Ментальна модель комунікативної ситуації СПОКУСА формується внаслідок узагальнення різних фрагментів, де актуалізується спокуса шляхом виокремлення релевантних для певних ситуацій ознак.

Метою побудови когнітивної моделі спокуси є відображення та тлумачення взаємодії її компонентів в узагальненому вигляді. Модель спокуси конструюється в концептуальній системі дискурсу в якості суб'єктивної когнітивної структури. Суб'єктивність полягає у тому, що досвід сприйняття та занурення в конкретні випадки комунікативної ситуації СПОКУСА значно різняться від одного суб'єкту дискурсу до іншого.

Таким чином, до індивідуальної, суб'єктивної моделі даної ситуації може входити різна кількість учасників (як з боку агенса, так і пацієнса) залежно від пережитих ситуацій; аттрактор також може мати різні прояви у свідомості комунікантів (наприклад, гроші, секс, послуга, отримання посади, їжа, речі, здійснення мрії тощо). Локативно-темпоральний блок теж може варіюватися залежно від конкретної ситуації і стабільно фіксуватися в індивідуальній концептуальній картині світу (різна пора доби, року тощо, різна локація ситуації – у ресторані, дома, на роботі, на вулиці тощо). Відповідно до власного досвіду неоднорідно концептуалізуються у свідомості також потреби та способи досягнення результату.

Загальна модель комунікативної ситуації СПОКУСА формується шляхом виявлення релевантних характеристик для всіх контекстів реалізації явища спокуси та відкидання нерелевантних ознак. Незважаючи на те, що загальна ментальна модель досліджуваної ситуації є штучним методологічним інструментом, вона має об'єктивний характер, оскільки належить до наукової концептуальної картини світу, спрямованої на відображення узагальненого, суспільного знання про це явище.

Загалом фреймова модель комунікативної ситуації СПОКУСА відтворює алгоритми поведінки, що реалізуються у конкретному контекстуальному оточенні під впливом певних суб'єктивних факторів, внаслідок чого виникає дискурсивна формація.

В якості елементів когнітивної моделі постають контекстуальні рестриктори, або обмежувачі, які об'єктивно присутні в конкретному епізоді дискурсу. Таким чином, для належної інтерпретації конкретного фрагменту дискурсу та релевантних для певного контексту імплікатур впливають такі обмежувачі: учасники (їх ролі, відносини, статус, загальні та індивідуальні знання, світогляд, потреби, наміри, цілі), вербальна та невербальна поведінка, дії учасників, місце, час та обставини [12: 76; 13: 151].

Фреймові моделі постають у вигляді складних концептуальних мікросистем, елементи яких (вузли, слоти, підслоти) вступають в ієрархічні відносини та визначають константні характеристики усіх ситуацій одного типу в цілому. Ментальна модель соціального знання про певну комунікативну ситуацію утворюється шляхом абстрагування релевантних компонентів комунікативних фрагментів від їх конкретного контекстуального середовища.

До центральних вузлів моделі комунікативної ситуації належать Соціальні параметри (Час, Місце, Обставини), Учасники (їх соціальні та комунікативні Ролі, Відносини та соціальний Статус, спільні та відмінні Знання / Переконавання, Потреби, Наміри та Цілі), Дії [12: 76; 13: 151]. Відповідно, основними вузлами фреймової моделі комунікативної ситуації СПОКУСА є УЧАСНИКИ СПОКУСИ, ДІЇ УЧАСНИКІВ та СОЦІАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ, або УМОВИ СИТУАЦІЇ СПОКУСИ.

Учасниками комунікативної ситуації СПОКУСА є агенс (ДЕХТО1), який виконує роль спокусника, та пацієнс (ДЕХТО2), який виступає в якості жертви спокуси. Як правило, агенс має домінуючий статус у комунікативній ситуації СПОКУСА і відповідно виконує роль Дорослого. Наміри та цілі агенса формуються внаслідок усвідомлених чи неусвідомлених потреб, які він прагне задовольнити шляхом подразнення потреб пацієнса, апелюючи до слоту АТРАКТОР, який виступає приманкою в комунікативній ситуації СПОКУСА.

Пацієнс є суб'єктом спокуси, на якого спрямована дія агенса. Як правило, жертва спокуси має підпорядкований статус по відношенню до спокусника і виконує роль Дитини. Поведінка пацієнса, як і результат (успішна / неуспішна спокуси) залежить від його потреб, ступеня їх актуальності та конкретних соціальних параметрів. Пацієнс, як правило, намагається протистояти діям агенса-спокусника, опирається бажанню (викликаному атрактором-подразником) через низку моральних, соціокультурних, етнічних тощо правил та норм. Опір концептуалізується та схематично локалізується у складі вузла Учасники у вигляді слоту ЩОСЬ (бар'єр).

Слот БАЖАННЯ репрезентує стан обох суб'єктів дискурсу спокуси і утворюється внаслідок дії неактуалізованих потреб, що схематично локалізується у вигляді слоту ПОТРЕБА, які виступають мішенями регулятивного впливу агенса. Якщо ступінь стану, представленого слотом БАЖАННЯ, вище ступеня стану, вираженого слотом БАР'ЄР, тоді агенс досягає бажаного результату: (ПОТРЕБА (мішень) → БАЖАННЯ (вищий ступінь) → БАР'ЄР (нижчий ступінь) → позитивний РЕЗУЛЬТАТ) → задовольняє ПОТРЕБИ агенса.

У випадку, якщо ступінь стану, репрезентованого слотом БАЖАННЯ, нижче ступеня стану, вираженого слотом БАР'ЄР, тоді агенс не досягає бажаного результату: (ПОТРЕБА (мішень) → БАЖАННЯ (нижчий ступінь) → БАР'ЄР (вищий ступінь) → негативний РЕЗУЛЬТАТ) → незадоволені ПОТРЕБИ агенса.

Іншим вузлом ментальної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА є Дії учасників та відносини між ними. Схематично цей вузол не локалізується безпосередньо, а постає у вигляді міжслотових та міжвузлових зв'язків, що відображають регулятивну поведінку суб'єктів дискурсу. Агенс (ДЕХТО1) ДІЄ (впливає) на пацієнса (ДЕХТО2), а пацієнс (ДЕХТО2) реагує на дії агенса.

У комунікативній ситуації СПОКУСА учасники майже не використовують одиниць на безпосереднє позначення поняття спокуси. Імплікатури спокуси породжуються за допомогою опосередкованих мовних засобів разом із невербальними знаками (демонстрація атрактора, грошей, власності), безпосереднього контакту з атрактором (тримання грошей у руках, тест-драйв на авто, поцілунки, спокусливий погляд, постава тощо).

З іншого боку, комунікативна ситуація СПОКУСА характеризується зворотнім зв'язком, що, у свою чергу, акцентує увагу на адресаті, або пацієнсі (жертві) і робить регуляцію двосторонньою інтеракцією. Когнітивно-прагматичний підхід спрямований на аналіз дій як агенса, так і пацієнса, а без урахування зворотнього зв'язку інтерпретація комунікативної ситуації та її фреймове моделювання видається неможливим. Відповідно, пацієнс (ДЕХТО2) реагує на дії агенса (ДЕХТО1) у вигляді зворотнього зв'язку. Дії пацієнса з боку третьої особи вербалізуються у словниковому складі мови за допомогою одиниць на позначення спокуси (*be tempted (to do smth), be tempted into doing smth, to be tempted by the offer of some good, real or apparent, can't resist the temptation to, to give in / way to / to yield / to succumb to the temptation, be seduced (into doing smth), enticed, to be lured into (doing) something, to be lured away / back, to be allured by smb, to be allured into doing smth ...*). Однак, реакція пацієнса в конкретних епізодах дискурсу генерується і об'єктивується за рахунок різних вербальних засобів, які виступають дискурсивними маркерами явища спокуси, що репрезентують реакцію жертви спокуси на вербальну та/або невербальну поведінку спокусника.

Дії агенса завжди скеровані його потребами, які, у свою чергу, формують мету та визначають спосіб у вигляді тактик, що локалізуються у моделі комунікативної ситуації СПОКУСА у вигляді слотів ДЕЩО (потреба) → ДЕЩО (мета) → ТАК (спосіб) → ДЕЩО (результат). Комунікативна поведінка пацієнса постає у вигляді реакції на атрактор, який подразнює потреби (мішені впливу). Стимулювання потреб викликає бажання, яке, у свою чергу, може конфліктувати з бар'єром. Реакція пацієнса залежить від актуальності потреб, ступеня впливу атрактора та ступеня протидії бар'єру. Результативність спокуси визначається асиметричними відношеннями між слотами БАР'ЄР та АТРАКТОР. Позитивний результат досягається лише тоді, коли ступінь впливу АТРАКТОРА вищий за силу протидії БАР'ЄРА.

Комунікативна поведінка жертви локалізується у наступній послідовності слотів: СТИЛЬКИ/ДЕЩО (інструмент-атрактор) → ДЕЩО (потреба-мішень) → ЩОСЬ (бажання) → ЩОСЬ (бар'єр) → ТАК (спосіб) → ДЕЩО (результат).

У випадку успішної спокуси результат задовольняє обидві сторони комунікативної ситуації, а у випадку неуспішної спокуси негативний результат не задовольняє агенса. Щодо пацієнса, негативний результат може мати дуалістичний ефект. З одного боку, реципієнт може бути задоволений, що здатний

протистояти спокусі. З іншого – жертва прагне задовольнити свої потреби, але соціальні правила та норми утримують її від реалізації власних бажань і спричиняють незадоволення її потреб.

Крім того, дії суб'єктів дискурсу СПОКУСА різняться за критерієм підготовленості, планування. Дії агенса можуть бути спланованими (але не завжди) і визначаються цілеспрямованістю, яка відображається слотами ДЕЩО (мета) і ТАК (спосіб). Комунікативна поведінка пацієнса має спонтанний характер у вигляді непідготовленої реакції, і тому інтенції жертви локалізуються у слоті ЩОСЬ (бажання), а не ДЕЩО (мета).

Третім вузлом когнітивної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА є СОЦІАЛЬНІ УМОВИ (або соціальні параметри), який представлений слотами ДЕ (місце), КОЛИ1/КОЛИ2 (час), ОЦІНКА (сприйняття спокуси соціумом).

Категорії місця і часу належать до контекстуальних ознак дискурсу спокуси та функціонують в якості соціальних просторово-часових факторів, які сприяють виокремленню релевантних ознак конкретної комунікативної події та виведенню релевантних для даної події імплікатур. Разом з іншими вищезазначеними складовими, що характеризують суб'єктів дискурсу та їх комунікативну діяльність, час та місце, утворюють контекст та сприяють нівелюванню нерелевантних ознак і запобігають невірному тлумаченню комунікативної події.

У складі суб'єктивної ментальної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА категорія місця є абстрагованою сутністю, яка містить частково власний досвід та загальні знання про місце спокуси, що надані соціумом (через телебачення, кіно, літературу, Інтернет тощо). У конкретній ситуації слот ДЕ (місце) може бути репрезентований певною локацією у вигляді робочого кабінету, приміщення офісу, кафе, парковки, кухні тощо. У складі об'єктивної ментальної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА як штучного методологічного інструментарію слот ДЕ абстрагується до двох форм його актуалізації – офіційної та неофіційної, які значно впливають на характер протікання регулятивної діяльності в межах комунікативної ситуації спокуси.

Іншою складовою вузла СОЦІАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ є слот КОЛИ (час). Категорії місця і часу формують і задають просторово-часові координати комунікативної події, які є вкрай важливими під час породження соціальної інтеракції у вигляді дискурсу.

У слоті КОЛИ (час) відображається тлумачення часових орієнтирів конкретного комунікативного фрагменту, співвідношення часу протікання цього фрагменту з часом інших релевантних подій та загальна концептуалізація категорій часу в межах певного мовного колективу. Так, наприклад, англomовне соціокультурне середовище сприймає категорію часу інакше ніж україномовний соціум (пор. *morning* і *ранок*; *третья година ночи*, але *3 o'clock in the morning*; *evening / night* та *вечір*; *tonight, last night* at *10 o'clock*; *dinner* і *обід / вечеря* (*Will you come around to have dinner at 7 o'clock?*)).

Відповідно, категорія часу актуалізується не лише в одиницях, що безпосередньо використовуються на позначення часу (*seconds, minutes, hours, morning, midday, afternoon, evening, midnight, weekend, the day before yesterday, yesterday, today, tomorrow, the day after tomorrow*). Категорія часу, як вже було зазначено, тісно пов'язана з категорією місця, і тому обидві категорії формують просторово-часовий континуум, що репрезентується локативно-темпоральним вузлом у складі когнітивної моделі комунікативної ситуації. Внаслідок цього одиниці на кшталт *dinner* актуалізують одночасно дві категорії – ДЕ (дома, у ресторані) та КОЛИ (ввечері) і визначають офіційний або неофіційний реєстр комунікативної взаємодії. Іншим прикладом актуалізації симбіозу часу та місця є одиниця *jog / jogging*, що містить семи "*morning*" та "*in the park / in the street*".

Категорія часу також інтерпретується не лише як власне темпоральна категорія, але й також охоплює характер та фази (початок, тривалість, кінець) комунікативної поведінки суб'єктів дискурсу та дії, що обговорюються в конкретному комунікативному фрагменті.

Слід зазначити, що комунікативна ситуація спокуси не завжди локалізується лише на одному часовому відрізку КОЛИ (тут і зараз), а може реалізовуватися у двох або більше часових площинах (КОЛИ1, КОЛИ2 тощо). Тобто етапи та фази актуалізації регулятивної взаємодії в контексті однієї комунікативної ситуації спокуси можуть бути розірвані у часі та мати різну локалізацію місця.

Слот ТАК (оцінка) належить до вузла СОЦІАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ, оскільки визначає ставлення соціокультурного середовища до явища спокуси. Знання, репрезентовані цим слотом, мають значний вплив на протікання і результат взаємодії суб'єктів дискурсу спокуси. Оцінка безпосередньо пов'язана з діями агенса, визначенням форм та способів регулятивного впливу, а також є вкрай значущою для пацієнса, оскільки від неї залежить ступінь протидії спокусі, локалізований у слоті ЩОСЬ (бар'єр).

Суспільство не завжди однаково тлумачило, оцінювало та ставилося до явища спокуси. Спочатку спокуса пов'язувалася з концептом РЕЛІГІЯ і тлумачилася переважно у цьому контексті. Наприклад, аналіз лексикографічних релігійних джерел свідчить про негативне ставлення до спокуси (спокуса як гріх, пор. рос. *искушение*).

У сучасному суспільстві сприйняття спокуси має неоднозначний характер. Результати аналізу словникових дефініцій сучасних лексикографічних джерел засвідчують зниження категорично

негативного ставлення до досліджуваного явища. Якщо негативна оцінка в дефініціях спокуси у релігійних лексикографічних джерелах містила категоричну негативну оцінку, пов'язану з семами "зло" та "гріх", то негативна оцінка, представлена в дефініціях сучасних словників, максимум визначається семою "погано".

З іншого боку, демократизація суспільства та пошук нових альтернативних засобів регулятивного впливу в різних сферах професійної діяльності змінила полюс оцінки явища спокуси з негативного на позитивний. Так, наприклад, здатність та вміння спокушати, які актуалізуються в рекламі, бізнес перемовинах, маркетинговій, дипломатичній, юридичній діяльності тощо, інтерпретуються як прояв високого професіоналізму і отримують позитивну оцінку з боку суспільства.

Отже, узагальнена ментальна модель комунікативної ситуації СПОКУСА будується на основі суб'єктивних ментальних моделей, які формуються шляхом визначення релевантних для спокуси ознак та відкидання нерелевантних для досліджуваної ситуації характеристик. Узагальнена, або об'єктивна ментальна (або когнітивна) модель (або фрейм) комунікативної ситуації СПОКУСА є штучним конструктором, методологічним інструментом максимально абстрагованим від усіх контекстів її реалізації. Суб'єктивна ментальна модель (схема, фрейм) спокуси міститься у свідомості кожної людини і має суб'єктивний характер через суб'єктивність сприйняття та концептуалізацію власного досвіду і знань про спокусу, наданих соціумом. Когнітивно-прагматичний підхід передбачає аналіз та моделювання конкретних комунікативних подій, які відображають явище спокуси, що, у свою чергу, надало змогу змодельовати узагальнену схему досліджуваної комунікативної ситуації.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні тактико-стратегічного комплексу, що реалізується у комунікативних епізодах спокуси, та фреймовому моделюванні інших комунікативних ситуацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Fillmore C. J. Toward a Frame-Based Lexicon : The Semantics of RISK and its Neighbours / C. J. Fillmore, B. T. Atkins // *Frames, Fields and Contrasts : New Essays in Semantics and Lexical Organization*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1992. – P. 75–102.
2. Минский М. Фреймы для представления знания / М. Минский. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.
3. Dijk T. van. *Studies in the Pragmatics of Discourse* / T. van Dijk. – The Hague : Mouton, 1981. – 331 p.
4. Никонова Ж. В. Фреймовый анализ речевых актов (на материале современного немецкого языка) : автореф. дис. д-ра филол. наук : 10.02.04 / Ж. В. Никонова. – Нижний Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2009. – 41 с.
5. Желтухина Р. М. Механизм воздействия : когнитивные структуры и когнитивные операции / Р. М. Желтухина // *Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста : Мат. международного симпозиума*. – Ч. 1. – Волгоград : Перемена, 2003. – С. 114–123.
6. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика / И. М. Кобозева. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 352 с.
7. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М. Л. Макаров. – М. : Прогресс, 1998. – С. 168.
8. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепт, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
9. Беляевская Е. Г. Семантическая структура слова в номинативном и коммуникативном аспектах (Когнитивные основания формирования и функционирования семантической структуры слова) : дис. д-ра филол. наук / Е. Г. Беляевская. – М., 1992. – 401 с.
10. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК "Гнозис", 2003. – 280 с.
11. Жаботинская С. А. Лексическое значение : принципы построения концептуальной сети / С. А. Жаботинская // In Pstyga, Alicja (red.), 2005. *Złovo z perspektywy jezykoznawcy i tlumacza*, tom II. – Gdansk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego. – P. 53–62.
12. Dijk T. A. van. *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach* / T. A. van. Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
13. Мосейчук О. М. Когнітивно-прагматичний аналіз комунікативної ситуації СПОКУСА (на матеріалі англomовного кінодискурсу) / О. М. Мосейчук, Н. В. Матушевська // "Наукові записки". Серія : Філологія (мовознавство), випуск 22, Вінниця, 2015. – С. 149–157.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Fillmore C. J. Toward a Frame-Based Lexicon : The Semantics of RISK and its Neighbours / C. J. Fillmore, B. T. Atkins // *Frames, Fields and Contrasts : New Essays in Semantics and Lexical Organization*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1992. – p. 75–102.
2. Minskij M. Frejmy dlya predstavleniya znaniya [A Framework for Representing Knowledge] / M. Minskij. – M. : Energiya, 1979. – 152 s.
3. Dijk T. van. *Studies in the Pragmatics of Discourse* / T. van Dijk. – The Hague : Mouton, 1981. – 331 p.
4. Nikonova Zh. V. Frejmovyj analiz rechevyh aktov (na materiale sovremennogo nemetskogo yazyka) : avtoref. dis. d-ra filol. nayk : 10.02.04 / [Frame Analysis of Speech Acts (a Case Study of the Modern German Language)] Zh. V. Nikonova. – Nizhnij Novgorod : NGLU im. N. A. Dobrolyubova, 2009. – 41 s.

5. Zheltuhina R. M. Mekhanizm vozdejstviya : kognitivnye struktury i kognitivnye operatsii [The Mechanism of Action : Cognitive Structures and Cognitive Operations] / R. M. Zheltuhina // Problemy verbalizatsii kontseptov v semantike yazyka i teksta : Mat. mezhdunarodnogo simposiuma. – Ch. 1. – Volgograd : Peremena, 2003. – S. 114–123.
6. Kobozeva I. M. Lingvisticheskaya semantika [Linguistic Semantics] / I. M. Kobozeva. – M. : Editorial URSS, 2004. – 352 s.
7. Makarov M. L. Interpretativnyj analiz diskursa v maloj gruppe [The Interpretative Analysis of Discourse in a Small Group] / M. L. Makarov. – M. : Progress, 1998. – S. 168.
8. Karasik V. I. Yazykovoj krug : lichnost', kontsepty, diskurs [The Linguistic Circle : Personality, Concepts, Discourse] / V. I. Karasik. – Volgograd : Peremena, 2002. – 477 s.
9. Belyaevskaya E. G. Semanticheskaya struktura slova v nominativnom i kommunikativnom aspektah (Kognitivnye osnovaniya formirovaniya i funktsionirovaniya semanticheskoy struktury slova) [The Semantic Structure of the Word in the Nominative and Communicative Aspects (Cognitive Bases of Formation and Functioning of the Word Semantic Structure)] : dis. d-ra filol. nauk / E. G. Belyaevskaya. – M., 1992. – 401 s.
10. Makarov M. L. Osnovy teorii diskursa [Foundations of Discourse Theory] / M. L. Makarov. – M. : ITDGK "Gnozis", 2003. – 280 s.
11. Zhabotinskaya S. A. Leksicheskoe znachenie : printsipy postroeniya kontseptual'noj seti [Lexical Meaning : Construction Principles of Conceptual Network] / S. A. Zhabotinskaya // In Pstyga, Alicja (red.), 2005. Zlovo z perspektywy jezykoznawcy i tlumacza, tom II. – Gdansk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego. – P. 53–62.
12. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T. A. van. Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
13. Mosejchuk O. M. Kognityvno-pragmatychnyj analiz komunikativnoi situatsii SPOKUSA (na materialy angломовного кінодискурсу) [Cognitive and Pragmatic Analysis of the Communicative Situation TEMPTATION (a Case Study of the English Cinema Discourse)] / O. M. Mosejchuk, N. V. Matushevs'ka // "Naukovi zapysky". Seriya : Filologiya (movoznavstvo), випуск 22, Віннітська, 2015. – S. 149–157.

Мосейчук А. М., Матушевская Н. В. Когнитивная модель коммуникативной ситуации СОБЛАЗН.

Статья посвящена построению общей структуры коммуникативной ситуации СОБЛАЗН. Определены основные узлы фреймовой модели коммуникативной ситуации СОБЛАЗН. При условии, что степень состояния, представленного слотом ЖЕЛАНИЕ, выше степени состояния, выраженного слотом БАРЬЕР, агент достигает желаемого результата. В случае, если степень состояния, представленного слотом ЖЕЛАНИЕ, ниже степени состояния, выраженного слотом БАРЬЕР, агент не достигает желаемого результата.

Ключевые слова: коммуникативная ситуация, фрейм, соблазн, ментальная модель коммуникативной ситуации.

Moseychuk O. M., Matushevska N. V. The Mental Model of the Communicative Situation TEMPTATION.

The research deals with the formation of the general structure of the communicative situation TEMPTATION in the form of a frame model (a case study of the English cinema discourse). The frame structure of communicative situation TEMPTATION is represented with the three main centers – TEMPTATION PARTICIPANTS, PARTICIPANTS' ACTIONS and SETTING. The agent's actions are always motivated by his needs, which shape the goal and define the tactics, localized in the model of the communicative situation in the slots SOMETHING (need) → SOMETHING (goal) → MANNER (way) → SOMETHING (result). Victim's communicative behavior is localized in the following slot's order: AS MUCH / SOMETHING (tool-attractor) → SOMETHING (target need) → SOMETHING (desire). It arises under the pressure of unrealized needs, schematically localized in the slot NEED. SOMETHING (barrier) → MANNER (way) → SOMETHING (result). Slot DESIRE is representative of both participants. Needs are the targets of agent's regulatory impact. If the degree, represented by slot DESIRE is higher than that expressed by slot BARRIER, the agent achieves the desired result: (NEED (target) → DESIRE (higher degree) → BARRIER (lower degree) → positive RESULT) → meets the agent's NEEDS. In case when the degree, represented by slot DESIRE is lower than that expressed by slot BARRIER, the agent does not achieve the desired result: (NEED (target) → DESIRE (lower degree) → BARRIER (higher degree) → negative RESULT → agent's unrealized NEEDS. The generalized mental model of the communicative situation TEMPTATION is based on the subjective mental models formed by identifying relevant characteristics to temptation.

Key words: communicative situation, frame, temptation, mental model of the communicative situation.